

## Communications du colloque doctoral

---

Téléchargez les communications du colloque doctoral

- [La dimension relationnelle de l'expérience : client -personnel de contact par S.BARGAIN \[PDF - 891Ko\]](#)
- [Communication of co-creational efforts to non-participants: mechanisms and conditions impacting their affective reactions and brand relationship par F.CAMBIER \[PDF - 526Ko\]](#)
- [Réponse des consommateurs à la répétition publicitaire dans un contexte de communication multi-canal : une approche par l'analyse de survie par A.FALEH \[PDF - 952Ko\]](#)
- [Donner une partie de soi : comprendre la gestion des enjeux identitaires des donneurs. Une application au don du sang E.BOCH \[PDF - 318 Ko\]](#)
- [Effets d'un message de sollicitation de bouche à oreille en ligne sur la décision de diffusion : le cas du financement participatif C.LACAN \[PDF - 262Ko\]](#)
- [L'imagerie mentale et les effets des visuels présents sur les sites web par C.GAUTIER \[PDF - 554Ko\]](#)
- [Efficacité d'un placement de produit au sein d'une vidéo de consommateur sur YouTube : rôle des caractéristiques du placement et de la contagion sociale par A.CREPIN \[PDF - 284Ko\]](#)
- [La place de l'humour dans la publicité internationale : l'impact de la culture et des émotions sur l'efficacité des publicités humoristiques par D.MEDIC \[PDF - 220Ko\]](#)
- [L'influence des facteurs personnels psychologiques du cyberconsommateur sur le traitement du risque en situation de choix de consommation sur un site marchand par I.MEDJROUBI \[PDF - 142Ko\]](#)
- [La collecte de fond pour une ONG : antécédents et conséquences de la résistance au don d'argent par K.RIDOUANE \[PDF - 141Ko\]](#)
- [Apports de la co-construction de l'image d'un patrimoine culturel à la valorisation d'une destination touristique : le cas des hauts lieux touristiques de la région Centre Val de Loire par KS.AGBOKANZO \[PDF - 372Ko\]](#)
- [Les déterminants et conséquences de la participation des consommateurs aux projets des entreprises - Proposition d'un modèle intégrateur appliqué au Crowdfunding par L.TRESPEUCH \[PDF - 321Ko\]](#)
- [Comprendre la mise en place des routines alimentaires : étude de l'articulation entre le gaspillage alimentaire et la bien manger grâce aux théories des pratiques par M.DYEN \[PDF - 708Ko\]](#)
- [La marque humaine digitale : le cas des traces laissées sur Facebook par M.COULOMB \[PDF - 196Ko\]](#)
- [De l'artisan traditionnel à l'artisan « marqueté » : impact sur les perceptions et les réactions affectives et comportementales du consommateur par J.DEZECOT \[PDF - 441Ko\]](#)
- [Enrichir la compréhension du bien être alimentaire du point de vue du consommateur par O.MUGEL \[PDF - 3Mo\]](#)
- [Le rôle de la culture organisationnelle dans la mutation vers l'omnicanal : une analyse de la mise en récit des distributeurs par T.CHAUTARD \[PDF - 517Ko\]](#)
- [Comment résister au marketing du genre pour ses enfants : Enjeux et stratégies liés à la « résistance pour autrui » par I.VIDALI \[PDF - 438Ko\]](#)